

För andra året i rad presenteras SKI Hållbarhetsindex inom telekombranschen. SKI Hållbarhetsindex är ett index som mäter hur hållbara kunder upplever att deras aktörer är. De resultat som presenteras här bygger på kundernas egna upplevelser och preferenser kring sina aktörers hållbarhetsarbete. Studien ger också svar på hur väl kunderna känner till hållbarhetsarbetet och hur man upplever kommunikationen.

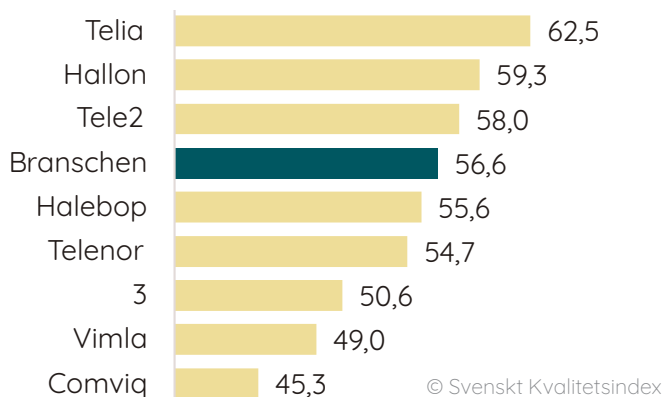
Förra året konstaterade vi att hållbarhetsområdet inom telekombranschen, sett ur kundens perspektiv, var ett tydligt förbättringsområde. Det som stack ut, jämfört med andra branscher, var att en hög andel av framför allt privatkunder inte kunde bedöma sina aktörers hållbarhetsarbete. Detta trots att telekomsektorn kan anses bära ett stort samhällsansvar för att säkerställa en fungerande, säker och trygg kommunikation.

– Våra studier visar att hållbarhetsarbetet blir en allt viktigare del av kundupplevelsen i stort. Aktörer som arbetar med hållbarhet men som inte når ut till sina kunder går därför miste om en möjlighet att stärka sin relation till sina kunder, säger Love Westin, Analyschef på Svenskt Kvalitetsindex. Trenden håller i sig, där en hög andel av kunderna anger att de inte känner till sin aktörs hållbarhetsarbete alls.

I kundnöjdhetsstudien så var det de mindre aktörerna som kom bäst ut men när vi fokuserar på hållbarhet så är det snarare de större aktörerna som kommer bäst ut.

– För flera år sedan var det tydligt att mindre operatörer kom bra ut kring frågor om samhällsansvar och den mer sociala delen kring hållbarhetsarbetet berättar Isabell Simon, analytiker Svenskt Kvalitetsindex. Idag är mindre operatörer mer förknippade med pris och billigt så här har man helt enkelt tappat en hållbarhetsposition säger Isabel.

Mobil Privat, Hållbarhetsindex, skala 0-100



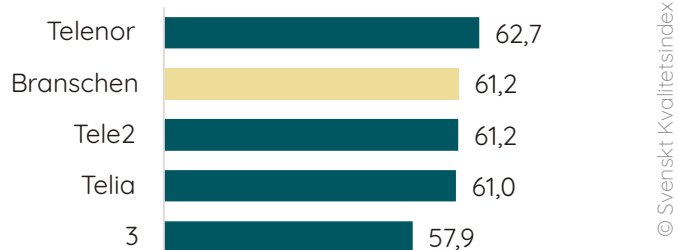
Årets resultat visar fortsatt att telekombranschen har utmaningar när det kommer till att kommunicera om hållbarhet till sina kunder. Detta gäller i synnerhet privatkunderna som i markant lägre utsträckning, jämfört med företagskunderna, svarar att deras aktörer är bra på att kommunicera om hållbarhet. Den bristande hållbarhetskommunikationen är en tänkbar förklaring till att privatkunderna anser sig ha lägre kännedom om hållbarhetsarbetet än företagskunderna.

– Den låga kännedomen och den bristande hållbarhetskommunikationen hänger ihop, säger Love Westin. För att kunder ska kunna utvärdera sina aktörers hållbarhetsarbete är det avgörande att de informeras om de positiva initiativ som genomförs. För att kommunikationen ska uppfattas som trovärdig är det också viktigt att vara konkret och enkel kring hur man som företag arbetar med hållbarhet. Det här är också ett område som lyfts i öppna kommentarer.

Bredband företag, Hållbarhetsindex, skala 0-100



Mobil Företag, Hållbarhetsindex, skala 0-100



Ansvariga för studien



Love Westin
Analyschef
love.westin@kvalitetsindex.se
070 339 87 17



Isabell Simon
Analytiker
isabell.simon@kvalitetsindex.se
076 813 91 15